Introdução

O presente trabalho aborda sobre o Comércio, dentre ilustrarão o seu conceito e os tipos ou formas comércio e outras características em análise…

Para satisfazer as necessidades, não basta que um bem seja produzido, é necessário que chegue aos consumidores, de forma cómoda e em quantidades certas.

Para isso existe um conjunto de actividades que estabelecem ligação entre a produção e o consumo.

O Comércio

O **Comércio**: é uma das actividades que compõe a distribuição correspondendo apenas á fase em que se estabelece a troca de bens.

- Comércio Grossista – É quando o grossista contacta directamente com o produtor e reúne, por vezes produções que se encontram dispersas.

Ex: Batata, que se encontra dispersa por vários produtores, cabendo ao grossista reunir todas as produções. -> Makro

- Comércio retalhista – quando o retalhista adquire os produtos junto do grossista, oferecendo-o aos consumidores nos locais e nas quantidades que eles necessitam.

O retalhista contacta com o consumidor final. Ex: Frescos -> Comércio retalhista.

Distribuição: É o conjunto de todas as entidades singulares ou colectivas, que, através de múltiplas transacções comerciais e diferentes operações logísticas, que vão desde a fase de produção até á de consumo, colocam os produtos ou prestam-lhes serviços, acrescentando-lhes valor, nas condições mais convenientes a satisfazer as necessidades dos consumidores.

Para que os bens passem da fase de produção até ao seu consumo, é necessário:

- A compra dos bens aos produtores;
- O seu transporte até aos armazéns;
- A armazenagem dos bens;
- O fraccionamento e a embalagem dos bens, em quantidades acessíveis ao consumidor;
- A comercialização dos bens, ou seja, a sua colocação nos locais próprios, de forma a serem adquiridos pelos consumidores.

A distribuição acrescenta utilidade aos bens, já que os disponibiliza nas quantidades necessárias aos consumidos os bens, e é fundamental na actividade económica.

Produção → Distribuição → Consumo

Circuitos de distribuição: São as etapas percorridas pelos bens ou serviços, através de diversos agentes económicos com diferentes funções, desde o seu lugar de produção até serem colocados á disposição do consumidor. Estes são caracterizados pela sua extensão.

- Circuito ultra curto, quando o produtor oferece directamente os seus produtos aos consumidores. É o caso da venda á porta da fábrica, podendo

o consumidor final comprar os produtos directamente ao produtor. Ex: Vendas ao domicílio, vendas por correspondência, avon, círculo de leitores, tupperware, entre outras.

- Circuito curto, quando o numero de intermediários entre o produtor e o consumidor se reduz apenas ao retalhista, assumindo neste caso o produtor em função de grossista.
- No circuito longo, quando intervêm dois ou mais intermediários desempenhando diferentes funções que estabeleçam ligações entre o produtor e o consumidor.

Tipos ou formas de comércio:

O comércio retalhista, de forma a obter melhores resultados, organiza-se de várias formas:

- Comércio independente;
- Comércio integrado;
- Comércio associado;

O comércio independente: constituído na maioria na grande maioria das vezes por empresas familiares, de dimensões relativamente pequenas, onde empregam um reduzido numero de trabalhadores, ou até mesmo nenhum, pois encontram-se a cargo do próprio proprietário e operam normalmente num único ponto de venda.

Este comércio encontra-se espalhado por centros habitacionais, junto dos consumidores ou em pequenos centros urbanos.

Encontramos vários exemplos desta forma de comércio nos centros habitacionais, junto dos consumidores, apresentando algum grau de especialização.

O ponto de venda dedica-se, em geral á comercialização de um tipo de produto.

Ex: Lojas de ferramentas, minimercados, lojas de roupa ou até o caso do comércio ambulante ou itinerante.

Comércio associado: o comércio associado compreende empresas que mantêm a sua independência jurídica, associando uma ou mais actividades, de modo a obter vantagens, e a competir com o comércio integrado.

Estas associações de comerciantes, têm como objectivo efectuar compras em conjunto e obter preços mais baixos, devido ao grande volume de compras, que nunca conseguiriam assegurar isoladamente.

Desta forma, podem desenvolver operações promocionais de maior escala, conhecer melhores mercados e gerir mais racionalmente os stocks, o que também isoladamente se tornaria mais difícil.

Ex: Frescos, Grula (Grupo Lisboeta de abastecimento de produtos alimentares).

Comércio integrado (ou organizado): Este tipo de comércio, devido á sua grande dimensão, reúne as funções grossistas e retalhista, explorando cadeias em pontos de vendas identificados pela mesma insígnia, e, aplicando políticas comuns de gestão.

Como os supermercados Pingo Doce A.C. Santos, ou do Orfeu, da vobis, da worten, entre outros.

Dentro do comércio integrado temos:

Os grandes armazéns:

-Oferecem no mesmo local diversas categorias de produtos arrumados em secções, funcionando cada secção quase como uma loja especializada.

-Neste tipo de comércio, o consumidor encontra uma grande variedade de produtos no mesmo sítio, como no caso do “el corte inglês”, “printtemps” ou “harrods”.

Os armazéns populares:

-Constituem uma versão menos sofisticada dos grandes armazéns, já que se dirigem a clientes com menor poder de compra ou que pretendem gastar menos.

-Apresentam uma variedade reduzida, vendendo em geral em livre serviço para reduzir custos e oferecer preços mais baixos.

Ex: paga pouco, dia, minipreço.

As grandes superfícies generalistas:

-Lojas de grande dimensão, oferecendo uma grande variedade e diversidade de bens, sobretudo alimentar e de higiene.

São consideradas grandes superfícies quando a sua área é igual ou superior a 2000 m2.

Ex: Continente, Jumbo, Carrefour.

As grandes superfícies especializadas:

-São lojas de grande dimensão, dirigidas para uma mesma gama de produtos, bastante especializada. Ex: “ Toys ‘R’ Us” brinquedos, Ikea na decoração, Aki de bricolagem, entre outros.

Franchising

Onde empresas que, apesar de serem jurídica e independentes umas das outras, estão ligadas por contrato á empresa mãe – O franqueador – aplicando politicas de gestão comuns.

Ex: Benetton, McDonald's, entre outros.

Métodos de vendas:

Para haver comércio, não é necessário existir o conceito físico de ponto de venda á distância, de forma automática, porta a porta, ou pela internet.

Venda á distância: Técnica de venda onde os produtos são apresentados ao consumidor através de meios de comunicação, como a televisão, catálogo, respondendo os consumidores por meios idênticos, quer por catálogo, telefonando, envio de cupões pelos correios.

Neste tipo de venda não existe o contacto directo entre o comprador e o vendedor.

Venda automática: Este tipo de venda utiliza equipamentos automáticos instalados em locais públicos e de grande circulação. (estações de comboios, aeroportos, hospitais, escolas, etc…) Neste meio de vendas, podemos comprar desde bilhetes, tabaco, a bebidas, comida. Na grande maioria, a forma de pagamento utilizada é o dinheiro, no entanto, já há também através de cartões de débito ou crédito.

Venda directa – Exige o contacto directo entre o vendedor e o consumidor, no entanto, este contacto não é feito no ponto de venda, mas na casa do cliente ou no emprego, sendo habitualmente designada por venda porta-à-porta.

Cibervenda - Consiste na venda/ aquisição de bens ou serviços através da internet.

Pode-se comprar de tudo, desde livros, CDs, bilhetes, roupa, software.

A evolução da moeda.

Moeda – A moeda é um bem de aceitação generalizada que expressa o valor dos bens, funcionando como um intermediário das trocas.

Funções da moeda:

Unidade de conta ou medida de valor: pois é a moeda que expressa o valor dos bens e dos serviços.

Meio de pagamento – Uma vez, que sendo aceite por todos, permite adquirir os bens e os serviços.

Reserva de valor - Pois é possível guardar a moeda com vista a adquirir bens ou serviços de futuro.

Inicialmente, as trocas assumiram uma forma muito rudimentar, trocando-se um bem directamente por outro bem directamente por outro bem. **Era a troca directa**.

Bem ➡ Bem

Na prática, este tipo de troca levantava grandes inconvenientes:

-**Dupla coincidência de desejos**: Para realizar a troca era necessário encontrar alguém que possuísse exactamente o que queria e que quisesse exactamente aquilo que eu tinha. Esta necessidade de dupla coincidência de valores levava, a que por vezes, a troca não se efectuava.

-**Atribuição de valor de bens**: Uma vês ultrapassado o obstáculo de coincidência de desejos, havia agora a problema na atribuição de valores aos bens.

-**Divisibilidade ou fraccionamento dos bens**: Se para alguns bens o fraccionamento não constitui um problema, para outros como animais ou até peles, dividi-los tornava-se difícil ou inconveniente.

-**Transportar bens** – Por vezes, para efectuar um elevado número de trocas, ter-se-ia de transportar um elevado número de bens que nem sempre eram fáceis de transportar.

-**Elevado número de transacções** – Para que se tivesse o bem desejado, era necessário, por vezes, efectuar trocas intermédias, obrigando á realização de um número de transacções mais ou menos elevado e ao transporte de um considerável número de bens.

A troca directa constituía um entrave ao desenvolvimento das trocas e da economia. Assim, passaram a ser utilizados alguns bens como intermediários na troca, que, sendo aceites por todos os membros da comunidade, permitem dividir a operação da troca em três partes: trocar o bem que possuo por um bem intermediário e posteriormente utiliza-lo para adquirir outros bens.

Tratava-se assim da troca-indirecta, funcionando esse intermediário como moeda, a moeda-mercadoria, que constitui a forma mais rudimentar da moeda.

Moeda mercadoria

Inconvenientes da moeda mercadoria:

- Dado ser um bem útil, era utilizado para fins não monetários.
- Nem sempre era fácil ou conveniente o seu fraccionamento (caso do gado, ou até mesmo peles);

- O transporte deste tipo de moeda nem sempre era fácil e prático;
- Por vezes era difícil conservá-la no tempo (o vinho azeda, o cereal apodrece…).

Para resolver estes problemas, foi implementada a moeda metálica que apresentava:

- Facilmente divisível em pequenas partes;
- Grande durabilidade;
- Fácil de transportar;
- Difícil de falsificar, devido ao seu elevado valor mesmo em pequenos pedaços;
- Aceites por todos;
- Baixa procura não monetária;
- Como é metal precioso, é rara e escassa.

Causas da Inflação:

-Excesso de moeda em circulação:

O aumento da moeda em circulação sem o correspondente aumento de bens e serviços acarreta um excesso de procura devéns e serviços, face á respectiva oferta por parte dos produtores, originando a respectiva subida do preço.

-Aumento dos custos de produção

+ Provocado quer pelo aumento dos salários com o correspondente aumento da produtividade dos mesmos quer pelo aumento do preço das matérias-primas e essenciais ao processo produtivo, acaba por se estender á generalidade dos bens e serviços (aumento dos preços do petróleo).

Expectativas dos agentes económicos

A criação de um clima inflacionista, contribui frequentemente para o agravamento do próprio

processo inflacionário, porque leva os agentes económicos a tentarem antecipar os aumentos

de preços, antecipando consumos(no caso dos consumidores) ou açambarcando produtos, á

espera que o seu preço aumente(n ocaso dos produtores).

Consequências da inflação

- Depreciação do valor da moeda. O Aumento dos preços faz com que o consumidor compre com o mesmo dinheiro, cada vez menos produtos.

- Entesouramento de ouro e de moeda estrangeira que não se desvalorização em consequência da quebra de confiança da moeda nacional.

Nota: Em momentos de elevadas taxas de inflação, as pessoas preferem ter as poupanças em ouro de que na moeda do país que está a desvalorizar

- Deterioração (agravamento) das condições de vida dos cidadãos, em geral, e daqueles que auferem (recebem) rendimentos fixos em particular.

Ex: Indivíduos que vivem de:

- Juros de capitais depositados
- Rendas
- Pensões de reforma
- Subsídios de desemprego